



Projeto Pedagógico de Curso

Pós-Graduação *Lato Sensu*

Produção multimídia com ênfase em audiovisual

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	2
2. Características Técnicas do Curso	2
3. Público Alvo.....	2
4. Critérios de Seleção	2
5. Justificativa do Curso	3
6. Objetivos do Curso.....	3
7. Competências e Habilidades do Curso.....	4
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	4
Composição do Corpo Docente	6
9. Matriz Curricular	6
10. Carga Horária	7
11. Conteúdo programático.....	7
12. Infraestrutura Física e Pedagógica.....	20

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Produção multimídia com ênfase em audiovisual

Área de Avaliação (CAPES): Comunicação e Informação

Grande Área (CAPES): 60000007 – Ciências Sociais Aplicadas

Área do Conhecimento (CAPES): 60900008 Comunicação

Classificação OCDE: Artes e Humanidades

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 100 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação *lato sensu*.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público Alvo

Profissionais das áreas de Comunicação Social, Linguística, Artes, Cinema e outras áreas correlatas, interessados em aprender sobre as ferramentas, tendências, mercado de trabalho e a evolução da produção multimídia no audiovisual.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de processo seletivo descrito em Edital (inscrição, seleção e matrícula).

5. Justificativa do Curso

O processo tecnológico ao qual o mundo tem passado, principalmente na contemporaneidade - em que a velocidade das invenções exige uma dinâmica mais assídua da sociedade no aprendizado e utilização da tecnologia, criou uma necessidade cada vez maior de compreender e discutir as transformações comunicacionais no que tange a produção e distribuição de informação/conteúdo.

Diante do cenário atual, em que estudos apontam que a sociedade está cada vez mais voltada para a valorização da imagem nos processos de comunicação – através das telas de TV, cinema, *tablets*, computadores, *smartphones* –, e, na mesma proporção, a produção audiovisual está em pleno vigor devido à convergência das mídias, uma pós-graduação capaz de oferecer conteúdo para o aperfeiçoamento de profissionais da área e daqueles que queiram inserir-se no mercado de trabalho audiovisual é de extrema relevância.

A produção crescente de conteúdo estimulada pela distribuição em múltiplas plataformas tem instigado a busca por profissionais capacitados para atuar de forma dinâmica, rápida e eficiente nas áreas de Cinema, TV, Internet, trazendo não somente a criatividade exigida por todos os campos do audiovisual, mas também saberes que vão desde temas como código de ética até estratégias de marketing digital, além de outras habilidades exigidas para a competitividade dentro de um mercado cada vez mais promissor.

A abordagem de disciplinas como processos de inovação, tendo como base temas atrelados à legislação e ética no audiovisual, leis de incentivo à cultura, promoção da responsabilidade social, já são suficientes para resumir a importância de se pensar um curso que trará habilidades e promoverá o pensamento crítico tão necessários e valorizados para os que trabalham na produção e difusão de conteúdos audiovisuais.

O curso propõe um grande diferencial para o mercado audiovisual ao abarcar em sua grade o estímulo para formar profissionais multitarefas que tenham domínio dos processos desde a concepção até a execução final, com noções de linguagens, hierarquias estruturais, capacidade de projetar e executar funções em diversas áreas, além de estratégias de marketing tão necessárias no currículo atual de quem atua no mercado.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivos

- Compreender o processo das produções de conteúdo audiovisual;
- Incorporar os conceitos de responsabilidade social na produção audiovisual;
- Desenvolver habilidades para a produção de conteúdo multiplataforma;
- Estimular a habilidade para desenvolver projetos e captar recursos;

- Iniciar o aluno na produção, gerenciamento e divulgação de conteúdos.

7. Competências e Habilidades do Curso

Competências

Após o término do curso o aluno poderá desempenhar funções variadas dentro de produtoras de cinema, emissoras de TV aberta e fechada, assim como em plataformas digitais e Streaming. Terá habilidades para produzir conteúdo, redigir projetos, concorrer a editais, além de formar uma capacidade crítica para pensar as questões sociais, políticas e econômicas que envolvem toda a produção de conteúdo audiovisual.

Habilidades

- Formar um pensamento crítico acerca da produção audiovisual na contemporaneidade;
- Desenvolver habilidades multitarefas;
- Desenvolver a capacidade de identificar oportunidades no mercado audiovisual;
- Utilizar adequadamente as ferramentas tecnológicas;
- Compreender os processos de concepção de projetos audiovisuais.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades:

- ✓ Leitura de textos de fundamentação teórica.
- ✓ Acesso às videoaulas.
- ✓ Aprofundamento dos seus conhecimentos, acessando elementos extratextuais.

- ✓ Desafio Profissional, com resolução para autoestudo.
- ✓ Realização de questões de autoestudo, para verificação de seu desempenho.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de júbilamento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0h	0h	0h
Mídia e sociedade contemporânea	0h	40h	40h
Introdução ao audiovisual	0h	40h	40h
Legislação no audiovisual	0h	40h	40h
Produção, consumo e marketing em plataformas multimídias	0h	40h	40h
Estética e arte: processos de inovação e criatividade no audiovisual	0h	40h	40h
Processos de produção no audiovisual	0h	40h	40h
Modelos de financiamento, políticas públicas e captação de recursos	0h	40h	40h
Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências	0h	40h	40h

Análise crítica: plataformas multimídias e conteúdo	0h	40h	40h
---	----	-----	-----

10. Carga Horária

A carga horária de 360h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

11. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Histórico da Educação a Distância. Legislação da Educação a Distância no Brasil. Potencialidades da Educação a Distância. Flexibilidade de Acesso. Tecnologias para apoio à pesquisa. Aprendizagem colaborativa. Características do aluno na EAD. Boa convivência virtual: netiquetas.

Competências e Habilidades:

- Identificar as características do aluno da modalidade de educação a distância;
- Utilizar ferramentas tecnológicas de apoio a pesquisa;
- Comunicar-se com clareza e assertividade oralmente e por escrito;
- Gerenciar tempo e atividades de estudo.

Conteúdo Programático 1: Histórico da Educação a Distância.

Conteúdo Programático 2: Legislação da Educação a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 3: Potencialidades da Educação a Distância.

Conteúdo Programático 4: Flexibilidade de Acesso.

Conteúdo Programático 5: Tecnologias para apoio à pesquisa.

Conteúdo Programático 6: Aprendizagem colaborativa.

Conteúdo Programático 7: Características do aluno na EAD.

Conteúdo Programático 8: Boa convivência virtual: netiquetas.

Bibliografia:

ALVES, L. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. **Associação Brasileira de Educação A Distância**, São Paulo, v. 10, n. 7, p.85-92, out. 2011. Mensal. Disponível em:

<http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista_PDF_Doc/2011/Artigo_07.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2018.

GOTTARDI, M. de L. A autonomia na aprendizagem em educação a distância: competência a ser desenvolvida pelo aluno. **Associação Brasileira de Educação a Distância**, São Paulo, v. 14, n. 8, p. 110-123, dez, 2015. Mensal. Disponível em: <http://seer.abed.net.br/edicoes/2015/08_A_AUTONOMIA_NA_APRENDIZAGEM.pdf> Acesso em: 19 fev. 2018.

LITTO, F. M. FORMIGA, M. M. M. (org.) **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

MOORE, Michael; KEARSLEY, Greg. **Educação a Distância, uma visão integrada**. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

MORAES, M. C. **O Paradigma educacional emergente**. Campinas – SP: Papirus, 1997.

MORAN, J. M. MASETTO, M. T. BEHRENS, M. A. **Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica**. 21ª Ed. Campinas, SP: Papirus, 2013.

MORAN, J. M. **O Uso das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação na EAD - uma leitura crítica dos meios**. <http://portal.mec.gov.br/seed/arquivos/pdf/T6%20TextoMoran.pdf>. Acesso em: 16 de fev de 2018.

PIVA, D. J. PUPO, R. GAMEZ, L. OLIVEIRA, S. **EAD na Prática: Planejamento, métodos e ambientes de educação online**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Mídia e sociedade contemporânea

Ementa: Esta disciplina trará como alicerce os estudos de Teoria da Comunicação. Serão discutidas uma série de saberes que deem conta de fomentar o pensamento crítico do aluno para questões fundamentais no processo da comunicação social, trazendo o debate para a contemporaneidade na tentativa de compreender os aspectos políticos, sociais, econômicos e tecnológicos. As aulas serão divididas, traçando um panorama histórico, desde a concepção dos estudos de cultura de massa, passando pela teoria crítica, até a contemporaneidade. Desta forma, a disciplina abordará uma gama de estudos para pensar a relação da mídia com a sociedade, assim como seus efeitos perante a mesma.

Competências e habilidades:

- Identificar os processos de comunicação desenvolvidos ao longo do tempo;

- Pensar a influência da mídia sobre a sociedade;
- Formar um pensamento crítico acerca da produção midiática na contemporaneidade;
- Utilizar os saberes teóricos na construção de conteúdos com maiores valores culturais, sociais e estéticos.

Conteúdo Programático 1: Teorias da Comunicação: modelos teóricos de comunicação: Primeiros estudos. Abordagem de *Public Opinion*, de Walter Lippmann e Teoria Hipodérmica de Harold Lasswell.

Conteúdo Programático 2: Teoria Crítica: Escola de Frankfurt. Conceito de Indústria Cultural, de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Conceito de Aura na obra de Walter Benjamin.

Conteúdo Programático 3: Relações entre Mídia e Esfera Pública: Discussões sobre o público e o privado na contemporaneidade. Processos semióticos na comunicação.

Conteúdo Programático 4: Análise crítica da sociedade: Estrutura de campos e poder simbólico. Enquadramento. *Agenda setting*. Espiral do Silêncio.

Conteúdo Programático 5: Debate político e fórmula comercial: A mídia como agente de mudança cultural, assim como a relação midiática com a democracia dentro dos campos sociais.

Conteúdo Programático 6: Opinião Pública, cultura de rede e senso comum. Comunicação na sociedade do espetáculo.

Conteúdo Programático 7: Mídia, entretenimento e democracia. Produção midiática na contemporaneidade. Estudo de produção na TV, Cinema e Internet.

Bibliografia:

ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALTUSSER, L. **Sobre a reprodução**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BAITELLO Jr., N. **A era da iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 2001.

LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra: 1978.

LIPPMANN, W. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCONDES FILHO, C. **Até que ponto nos comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2005.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da Comunicação: ideia, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MATOS, Olgária C. F. **A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1993.

Disciplina: Introdução ao audiovisual

Ementa: A disciplina trará uma imersão entre teoria e prática, através de exercícios, para que o aluno compreenda a linguagem audiovisual desempenhada nos mais variados campos da comunicação. Fará um resgate de marcos importantes da história do audiovisual e serão apresentados modelos de narrativas para a TV, o Cinema, e a Internet. Nesta disciplina, o aluno terá suporte para compreender a funcionalidade básica da operação de equipamentos de captação de som e imagem, além de elementos técnicos visuais próprios da linguagem audiovisual.

Competências e habilidades:

- Desenvolver habilidades de produção de conteúdo audiovisual;
- Identificar as diferentes linguagens audiovisuais;
- Estimular a criatividade na produção de narrativas;
- Desenvolver narrativas para plataformas distintas.

Conteúdo Programático 1: História do audiovisual. Resgate histórico contextualizado o tempo e os adventos tecnológicos que proporcionaram o que temos hoje na produção e disseminação de conteúdos nas multiplataformas. De Gutenberg à internet.

Conteúdo Programático 2: Construção da linguagem audiovisual. Diferentes narrativas, estéticas e construções de sentido através dos gêneros e formatos audiovisuais.

Conteúdo Programático 3: Discussão de obras audiovisuais através da construção de roteiros. História-base, pensata, *storyline*, desenvolvimento da trama e estratégias de narrativas. Narrativa ficcional e não ficcional.

Conteúdo Programático 4: Elementos visuais da linguagem audiovisual: técnicas de enquadramento, planos e ângulos, iluminação, movimentos de câmera.

Conteúdo Programático 5: Fotografia: uso da imagem na narrativa. Estruturas atuais, estética para as mídias digitais.

Conteúdo Programático 6: Discussão de situações dramáticas e personagens em roteiros de audiovisual. Elementos da narrativa. Jornada do herói.

Conteúdo Programático 7: Prática: Redação de roteiro para curta-metragem de ficção, desenvolvendo uma linguagem possível para a exibição na TV, internet ou cinema.

Bibliografia:

BRIGGS, A. e BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A Linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

COSTELLA, ANTONIO F. **Comunicação - do grito ao satélite**. Mantiqueira, 2002.

RODRIGUES, C. **O Cinema e a Produção**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

RODRIGUES, Sonia. **Como Escrever Séries - Roteiro A Partir Dos Maiores Sucessos da TV**. São Paulo: Aleph, 2014.

ROUILLE, A. **A fotografia: entre o documento e a arte contemporânea**. São Paulo: Editora SENAC, 2009.

Disciplina: Legislação no audiovisual

Ementa: A disciplina abordará aspectos jurídicos que envolvem as produções audiovisuais. Temas como ética na comunicação e responsabilidade social estarão lado a lado com a legislação vigente no que tange direitos autorais, direitos de imagem, leis essenciais para a produção de conteúdo nacional como a lei 11.437 (2006) que estabeleceu o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), e fundamental para a diminuição do preconceito e discriminação como a lei 13.146 (2015) de Acessibilidade que permite o acesso de pessoas com deficiência às produções audiovisuais.

Competências e habilidades:

- Conhecimento da legislação do audiovisual vigente;
- Habilidade para escrever projetos para editais, dentro das diretrizes das leis do audiovisual;
- Capacidade para identificar oportunidades no mercado;
- Estímulo ao desenvolvimento de políticas públicas para o audiovisual.

Conteúdo Programático 1: Ética na comunicação: traz um apanhado de questões filosóficas com o propósito de nortear o aluno na forma de pensar a produção de conteúdo audiovisual.

Conteúdo Programático 2: Direitos autorais e direito de uso de imagem: explicação jurídica e mostra de casos no trato com o que se refere a utilização dos direitos dos autores de suas obras intelectuais, artísticas ou científicas.

Conteúdo Programático 3: Políticas Públicas e questões socioculturais: trazer discussões sobre a importância de políticas públicas culturais, sobretudo no audiovisual, reafirmando a necessidade de um resgate cultural contínuo e a pluralidade de vozes sociais.

Conteúdo Programático 4: A Lei do Audiovisual (8.685/93): discorrer sobre a lei que permite que contribuintes (pessoas físicas e jurídicas) tenham abatimento e isenção de tributos.

Conteúdo Programático 5: Lei da TV Paga: esmiuçar os meandros da lei que pretende aumentar a produção, circulação e o fortalecimento da cultura nacional. Versar sobre as questões econômicas que giram em torno desta lei.

Conteúdo Programático 6: Regulamentação dos serviços de Streaming (Netflix, Amazon, Globo Play).

Conteúdo Programático 7: Lei da acessibilidade no audiovisual: discorrer sobre a importância das ferramentas de acessibilidade (LIBRAS, Audiodescrição e Legendagem descritiva) como política inclusiva de pessoas com deficiência.

Bibliografia:

BARROS FILHO, Clovis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

FIUZA, Guilherme; NOGUEIRA, Júlia. **Guia de elaboração de projetos audiovisuais:** Leis de Incentivo e Fundos de Financiamento. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, Mídia E Comunicação - Relações Sociais Em Um Mundo Conectado**. São Paulo: Summus, 2018.

MEYER, T. **Democracia midiática**. São Paulo: Loyola, 2008.

PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na Comunicação:** princípios para uma prática responsável. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Penso, 2011. 295 p.

Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: Agencia Nacional do Cinema. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/PDM%20-FINAL.pdf>. Acesso em: 07 dez. 2018.

Uma nova política para o audiovisual: Agencia Nacional do Cinema, os primeiros 15 anos. 1 edição, maio/2017. Disponível em: https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/livros/ANCINE%2015%20ANOS%20WEB%20FINAL_e m%20baixa2.pdf. Acesso em: 07 dez. 2018.

Disciplina: Produção, consumo e marketing em plataformas multimídias

Ementa: Discutirá as estratégias de marketing que mudaram de formato com a ascensão das redes sociais, assim como os desafios e a dinâmica da cadeia produtiva no audiovisual, desde a produção sob os modelos de negócios arraigados em nichos de mercado até as produções independentes que ganharam visibilidade com a internet. Analisará os impactos das novas tecnologias no que tange a produção e o consumo de conteúdo audiovisual.

Competências e habilidades:

- Capacidade de identificar nichos do mercado audiovisual;
- Habilidade para traçar estratégias em plataformas digitais;
- Compreender as necessidades de produção de acordo com o público alvo;
- Desenvolver campanhas focadas nas necessidades do mercado.

Conteúdo Programático 1: Produção no audiovisual: principais características do que é produzido em grande escala no mercado audiovisual (séries, filmes, novelas, peças publicitárias).

Conteúdo Programático 2: Características dos veículos de comunicação: linhas editoriais. Conteúdo direcionado de acordo com o público alvo.

Conteúdo Programático 3: Público consumidor. Apanhado de estudos sobre as preferências de programação. Audiência. Produção e adequação de conteúdos de acordo com o comportamento da sociedade contemporânea.

Conteúdo Programático 4: Identidade visual. Técnicas publicitárias. Estratégias de marketing nas mídias digitais e assessoria de imprensa. *Media training*. *Transmedia* e *crossmedia*, *Storytelling*.

Conteúdo Programático 5: Características da sociedade em rede. Formatos e novas tendências de marketing (Instagram, Facebook, Youtube, Whatsapp).

Conteúdo Programático 6: Análise crítica de peças publicitárias. Estudo de casos de sucesso, releituras e fórmulas eficazes de divulgação.

Conteúdo Programático 7: Prática: desenvolvimento de projeto escrito em forma de campanha publicitária de produto e/ou serviço que abarque estratégias de divulgação online.

Bibliografia:

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial:** políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

ELIN, Larry. **O comercial de televisão:** planejamento e produção. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2011.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias:** do cinema às mídias interativas. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O guia completo do Storytelling**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

Disciplina: Estética e arte: processos de inovação e criatividade no audiovisual

Ementa: A disciplina discutirá acerca das produções audiovisuais que estão em curso, traçando um panorama histórico com a trajetória do audiovisual no mundo a partir das realizações criativas aclamadas pela crítica, seja na TV e no cinema, seja na internet, através das redes sociais e plataformas de serviço Streaming. Filmes, séries, novelas, documentários serão trazidos ao debate para que seja analisada a estética de cada formato, assim como as características criativas e releituras utilizadas ao longo do tempo.

Competências e habilidades:

- Compreender a influência dos movimentos artísticos na produção de conteúdo audiovisual;
- Compreender a história da Linguagem Audiovisual;
- Desenvolver habilidade de crítica da estética utilizada na produção de cinema, TV e internet;
- Desenvolver repertório criativo para a produção de conteúdo.

Conteúdo Programático 1: História da Arte: breve contextualização dos períodos que antecedem a arte na idade moderna, dando ênfase também à história da arte no Brasil. Semana de Arte Moderna como marco.

Conteúdo Programático 2: Da cultura popular à cultura de massa e o Kitsch. Discutir as formas de manifestações culturais e a utilização das mesmas como produto pela indústria cultural.

Conteúdo Programático 3: Produção de TV no Brasil: Estética das novelas. Narrativas e conteúdo; público consumidor e transformação da produção com o crescente das novas tecnologias.

Conteúdo Programático 4: Análise de filmes clássicos. Observação da estética, da linguagem audiovisual empregada nas obras de grande relevância para estudos da história do cinema.

Conteúdo Programático 5: Produção Nacional: análise da estética e linguagem de documentários, filmes e séries. Identidade nacional. Influência de produções estrangeiras.

Conteúdo Programático 6: Produção na internet: análise da estética e da linguagem de produções voltadas para plataformas digitais, redes sociais, Youtube. Ascensão de conteúdo produzido por *youtubers*.

Conteúdo Programático 7: Análise dos novos modelos de produção audiovisual: formatos streaming: Netflix, Globo Play, Amazon.

Bibliografia:

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000.

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, G. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Edusp, 1971.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

JOSÉ, Carmem Lucia. **Do brega ao emergente**. São Paulo: Marco Zero, 2002.

MIGUEL, L. F. Falar bonito: o Kitsch como estratégia discursiva. **Revista Brasileira de Ciência Política**, no 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, pp. 183-202.

Disciplina: Processos de produção no audiovisual

Ementa: A disciplina oferece diretrizes técnicas, pontua as funções e departamentos importantes para que cada produção execute um projeto audiovisual (filmes, séries, programas de TV, conteúdo para web). Discutirá a cadeia de produção, desde a concepção de um projeto até a distribuição e exibição das obras. De forma objetiva serão pontuadas as necessidades profissionais para cada tipo de trabalho assim como as estruturas necessárias, como equipamentos e estúdios, para que as mesmas cheguem ao objetivo final que é a exibição.

Competências e habilidades:

- Conhecer as funções e os departamentos de uma produção audiovisual;
- Compreender o trabalho de cada um que integra a cadeia de trabalho;
- Desenvolver habilidades e aptidões para a área;
- Executar etapas de projetos audiovisuais.

Conteúdo Programático 1: Estágios da produção: os modelos e dinâmicas utilizados nas produções de acordo com suas linguagem e estruturas necessárias.

Conteúdo Programático 2: Produção Executiva para o audiovisual: foco em cinema e TV. Captação de recursos. Cronogramas. Gestão financeira.

Conteúdo Programático 3: Funções direcionadas de acordo com a necessidade de cada produto audiovisual: Direção, Casting, Figurino, Maquiagem, Elétrica, Maquinário, Produção, Fotografia, arte, Som e Vídeo, pós-produção, distribuição.

Conteúdo Programático 4: Estruturas e equipamentos. Estúdios, locações. Externas/Internas.

Conteúdo Programático 5: Produção no Cinema e na TV: Equipe necessária para alguns formatos. Usar exemplos de conteúdos já produzidos.

Conteúdo Programático 6: Produção na Internet e para plataforma *streaming*: Equipe necessária para alguns formatos. Usar exemplos de conteúdos já produzidos.

Conteúdo Programático 7: Acessibilidade no audiovisual: Processos para desenvolver serviços de tradução de Libras, Legendagem descritiva e Audiodescrição. Estrutura, cronogramas, técnicas, validações de conteúdo.

Bibliografia:

RODRIGUES, C. **O Cinema e a Produção**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

ZETTI, Herbert. **Manual de produção de televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BOGDANOVICH, Peter. **Afinal, quem faz os filmes?** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

RABIGER, Michael. **Direção de cinema: técnicas e estéticas**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2006.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição em cinema e vídeo**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2003.

Disciplina: Modelos de financiamento, políticas públicas e captação de recursos

Ementa: Disciplina teórica e prática ministrada de forma a oferecer ao aluno informações para que o mesmo desenvolva capacidade de pensar, redigir e direcionar projetos capazes de captar recursos para desenvolver uma produção audiovisual. Desta forma, apontar as políticas culturais, editais públicos, principais formas de fomentos para a produção audiovisual. Serão apresentadas possibilidades desde pequenos recursos, financiamentos coletivos, até o financiamento de grandes empresas. Esmiuçar os parâmetros, prós e contra da Lei Rouanet.

Competências e habilidades:

- Desenvolver projetos de captação de recursos;
- Compreender as diferentes formas de financiamento cultural;
- Desenvolver planilhas de custos;
- Desenvolver a capacidade e o foco empreendedor.

Conteúdo Programático 1: Produção executiva: responsabilidade na captação de recursos, busca por editais em vigência, organização de cronogramas e do setor financeiro.

Conteúdo Programático 2: Principais formas de financiamento da produção audiovisual. Desde grandes estúdios às leis de incentivo.

Conteúdo Programático 3: Captação de recursos via Lei Rouanet ou Lei do Audiovisual.

Conteúdo Programático 4: Editais e complexidades. Fundo de Cultura dos Estados ou Municípios Editais do MinC, Lei do Audiovisual.

Conteúdo Programático 5: Criatividade empreendedora no audiovisual: Alternativas de financiamento. Marketing Cultural. Financiamento coletivo, *crossfunding*, *partio*, etc.

Conteúdo Programático 6: Plano de negócios: passo a passo de como montar um planejamento para que os produtores consigam sucesso na captação de recursos.

Conteúdo Programático 7: Prática: redação de projeto para captação de recursos baseado em edital público. Escolher formato de edital.

Bibliografia:

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. **Lei Rouanet.** Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cultura/2009/11/lei-rouanet>. Acesso em: 01 dez. 2018.

FISCHER, Micky. **Marketing cultural:** legislação, planejamento e exemplos práticos. São Paulo: Global, 2002.

FIUZA, Guilherme; NOGUEIRA, Júlia. **Guia de elaboração de projetos audiovisuais:** leis de incentivo e fundos de financiamento. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

MARTINS, Vinicius Alves Portela. **Fundamentos das atividades cinematográfica e audiovisual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: Agencia Nacional do Cinema. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/PDM%20-FINAL.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

Uma nova política para o audiovisual: Agencia Nacional do Cinema, os primeiros 15 anos. 1 edição, maio/2017. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/livros/ANCINE%2015%20ANOS%20WEB%20FINAL_e m%20baixa2.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2018.

Disciplina: Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências

Ementa: A disciplina está alicerçada nas produções contemporâneas de maior apelo da audiência. Trará para a discussão uma série de formatos e tecnologias que são tendência no Brasil e no mundo, como as produções para redes sociais (TikTok, Instagram etc.), uso de smartphones, wearables, programações feitas para streaming, dentre tantas outras possibilidades que cativam a hiperaudiência.

Competências e habilidades:

- Capacidade para perceber as novas tendências de produção de conteúdo multiplataforma e como adaptar formatos antigos dentro de novas linguagens;
- Habilidade para pensar estratégias de marketing focadas em diferentes segmentos, sabendo como utilizar a cauda longa e os hits de nicho para o sucesso;
- Compreensão das rupturas tecnológicas inerentes da ampliação da conectividade, principalmente móvel, do crescente aumento do uso e das possibilidades com smartphones e outros wearables;
- Capacidade de pensar as características de cada plataforma e as necessidades de suas audiências, a fim de tornar o conteúdo propagável e fazer com que ele tenha potencial viralizante.

Conteúdo Programático 1: Hipertelevisão, hipercinema e hiperaudiovisual. Desbravando a hiperaudiência. Diferenças da produção em VOD, TV paga e TV aberta. Desafios e tendências com o crescimento da comunicação digital e com a ampliação de canais de streaming. A verdade por trás da nuvem: Data centers e CDN.

Conteúdo Programático 2: Narrativa transmidiática, intermídia, crossmídia. Realidade virtual. Hologramas. Wearables. Intra-pan-óptico: Entendendo o algoritmo por trás das escolhas de produtos,

programações, músicas e demais itens de desejo e consumo. Streaming: Formatos e interatividade. Binge-watching.

Conteúdo Programático 3: Conteúdos nas redes sociais: (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, TikTok). Estética e linguagem. O audiovisual móvel. O que muda com o 5G, internet ultrarrápida e smartphones. Youtubers, TikTokers e Instagramers: Tendências e monetização dos grandes canais de influenciadores digitais na contemporaneidade.

Conteúdo Programático 4: Publicidade para a internet: mercado em expansão. Formato, estética, linguagem e cuidados. Demandas, nichos de mercado. Conteúdos com foco no digital. Cauda Longa. O surgimento dos hits de nicho. Cultura da propagação. Cultura da participação. Realizando o grande objetivo: o conteúdo com potencial viralizante.

Bibliografia básica:

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARDOSO, J. C. **Plataformas de *streaming*, rupturas tecnológicas e alterações nas dinâmicas das audiências do espaço audiovisual brasileiro (2011-2021)**. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Bibliografia complementar:

BAUMAN, Z. **Vigilância líquida: Diálogos com David Lyon**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CANNITO, N. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

CARDOSO, J. C. **Binge-watching como um novo modo de assistir televisão: uma análise comparativa entre o fenômeno em arquivo e em fluxo**. Ponta Grossa: Atena, 2021.

ECO, U. **La estratégia de la ilusión**. Barcelona: Lumen, 1986.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: Nascimento da Prisão. 26 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

INNIS, H. A. **O viés da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom pra você**: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies Television, and Video Games**: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press, 1991.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión en tiempos de Netflix**: una nueva oferta mediática (eBook) México: Universidad de Guadalajara, 2020.

SCOLARI, C. A. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (Orgs). **O fim da televisão**. Tradução Diego Andres Salceno. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: Uma teoria crítica da televisão. Tradução José Rubens Siqueira. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Disciplina: Análise crítica: plataformas multimídias e conteúdo

Ementa: A disciplina discute o impacto das novas tecnologias na criação e na produção de conteúdo audiovisual. Traz estudos sobre as necessidades criadas pelo mercado, mudanças no perfil dos consumidores, tendências e demandas por conteúdos multiplataforma. Busca também abrir o diálogo para uma crítica a respeito da produção oferecida pelas plataformas em compatibilidade com as leis que regem o audiovisual, além de averiguar a disponibilidade de conteúdos plurais que abarquem assuntos caros ao progresso social como a liberdade de expressão, pluralidade de falas, inclusão social, diversidade e questões de gênero.

Competências e habilidades:

- Desenvolver habilidade crítica sobre conteúdos para plataformas digitais;
- Adquirir repertório para desenvolver conteúdo de acordo com a legislação;
- Compreender a construção de narrativas que contradizem as diretrizes sociais saudáveis;
- Compreender e ser capaz de desenvolver conteúdos voltados para a cidadania.

Conteúdo Programático 1: Leis do audiovisual e produção de conteúdo. Classificação indicativa. Grades de programações de VOD, TV aberta e internet.

Conteúdo Programático 2: Produção de conteúdo para a internet X Legislação vigente. Desafios enfrentados pelos produtores de conteúdo no que tange o espaço virtual, muitas vezes utilizado para disseminar crimes, ódios e incitar a violência.

Conteúdo Programático 3: Impacto social das novas linguagens: plataformas digitais, Instagram, Whatsapp. Ressignificação no campo da informação. influenciadores digitais. Desafios no combate às *fake news*.

Conteúdo Programático 4: Cibercultura e a Indústria do entretenimento. Evolução da cultura moderna pela tecnologia. Audiência segmentada e multiconectada.

Conteúdo Programático 5: Produto midiático como mercadoria. Influência da publicidade nas produções das plataformas digitais.

Conteúdo Programático 6: O uso das plataformas digitais na produção e distribuição de entretenimento. Análise de conteúdo, complexidade estética e flexibilidade na linguagem.

Conteúdo Programático 7: Produções contra hegemônicas no ciberespaço. Políticas de produção audiovisual destinadas à inclusão de vozes minoritárias no processo social cultural. Gênero, diversidade, etnia.

Bibliografia:

CAZELOTO, E. **Inclusão digital:** uma visão crítica. São Paulo: SENAC, 2008.

COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. (Orgs.) **Comunicação e Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

DOMINGUES, I. **Terrorismo da marca:** publicidade, discurso e consumerismo político na rede. Rio de Janeiro: Editora Confraria do Vento, 2013.

HAUG, W. F. **Crítica da Estética da mercadoria**. São Paulo: UNESP, 1997

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural**. São Paulo: Paulus, 2007.

12. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.

- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

